

O LIVRO ACABOU?: UMA BREVE PERSPECTIVA SOBRE O DESIGN EDITORIAL E O DESIGNER COMO AUTOR

DAVI MENDES DA RESSURREIÇÃO¹; ANA DA ROSA BANDEIRA²

¹Universidade Federal de Pelotas – mendesdavirs@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O texto aqui apresentado convida a pensar os caminhos possíveis que o design editorial e suas publicações podem ter quando respaldados pelas artes e pela criação autoral. Assim, objetiva-se problematizar brevemente os limites e as possibilidades que trabalhar projetualmente o artefato livro podem proporcionar.

Como recorte da pesquisa, partimos do Brasil, onde em um intervalo de quatro anos se perdeu 4,6 milhões de leitores segundo dados da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2019). O país recebe da Receita Federal a justificativa para o aumento tributário dos livros a partir da declaração de que “pobres não lêem” (FOLHA DE S. PAULO, 2021). Esse cenário potencializa o distanciamento do livro como artefato de desejo. O objeto vai se tornando obsoleto e excludente ao ponto de, ofuscado pelo encarecimento, pelas fronteiras que a internet consegue romper e pelo tempo que as redes sociais conseguem roubar, ir perdendo perspectiva de futuro. Essa emergência em se mudar o cenário do livro no país é crucial para que os artistas e designers pensem e inovem os espaços e os objetos, resgatando-os e criando novos sentidos. E o designer, como agente formador de inovação e simultaneamente ligado a pensamentos valorativos e científicos (FLUSSER, 2007), é um dos responsáveis por, dentre várias funções, à pesquisa e ao mercado editorial e sua decorrência ao tempo.

2. METODOLOGIA

De natureza qualitativa, o artigo, parte de uma revisão bibliográfica que investiga a linguagem e os limites entre arte e design, assim como suas semelhanças e diferenças, à vista disto pensando o objeto livro em toda a sua potência artística literária e projetual de sua materialidade.

A principal fundamentação teórica que norteou o desenvolvimento desse artigo parte de textos que trazem uma discussão filosófica do design e discutem qual sua relação com as artes. Dentre eles *O Mundo Codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação* de Vilém Flusser (2007), *Objeto de Desejo* de Adrian Forty (2007) e *Artista e Designer* de Bruno Munari (2015). Também foram abordados os conceitos sobre o que é o livro debatido por Ulises Carrión em *A Nova Arte de Fazer Livros* (2011) e da importância da formação poética do designer no ensaio “Encruzilhadas” de Taygoara Aguiar (2019).

Para além desses textos, muito do registro também parte de uma experiência reflexiva empírica vinda da provocação de se pensar design e arte e do anseio de propor, projetar e analisar o espaço das publicações, e desse estímulo conseguir ultrapassar a incógnita: o livro acabou?

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para Munari, o designer é um projetista cujo trabalho não é (ou não deveria ser) pessoal, não sendo dotado de um estilo próprio e sua função é coordenar competências interdisciplinares, práticas ou estéticas, para solucionar um problema voltado a uma comunidade geral (MUNARI, 2015), sem conseguir, em sua prática projetual cotidiana, ter a oportunidade de se colocar autoralmente em seus projetos. Todo o contrário disso representaria, na verdade, o papel do artista. Ele é quem carece da necessidade de produzir para o outro e tem a possibilidade de filtrar toda a sua criatividade e capacidade para si mesmo e assim criar uma obra de arte: subjetiva, sem o dever de fins comerciais e sem porquês.

Tal postura dicotômica acerca das duas áreas tem início no ocorrido entre os séculos XV e XVIII, quando foi proposto um rompimento entre os campos da arte e da técnica pela ascensão da era moderna e da burguesia (FLUSSER, 2007). Isso acentuou suas divergências e fez com que as áreas fossem se independizando cada vez mais, quando na verdade, em sua origem histórica, partem de um mesmo ponto e poderiam ter se desenvolvido de forma mais imbricada. Desse modo, podemos entender o design como o elemento que une esses dois universos oportunizando uma nova forma de comunicação. Ele conecta e se torna o espaço onde o que é técnico e o que é artístico possam coexistir e trabalhar juntos (FLUSSER, 2007).

Assumida essa nova postura, o design começa a ser pensado como um organismo independente, tanto no mercado de trabalho quanto na academia. Suas ramificações começam a surtir efeito no mundo produzindo resultados que hoje conhecemos como o design gráfico, design digital, design thinking, UX e UI design, etc. E em um desses campos possíveis está o importante e tradicional design editorial que, dotado em suas capacidades de configurar e materializar publicações, é um dos encarregados de dar vida a um livro.

A forma estrutural de um livro, devido a sua trivialidade, é entendida no imaginário popular a partir de um determinado padrão convencional. A própria definição imediata gerada por uma busca na plataforma do Google define: um livro é uma “coleção de folhas de papel, impressas ou não, reunidas em cadernos cujos dorsos são unidos por meio de cola, costura, etc., formando um volume que se recobre com capa resistente” (OXFORD LANGUAGES, 2021). Há décadas, contudo, os artistas utilizam os livros como potência artística, repensando seu formato e reavaliando seus significados, afastando-os dessa estrutura tradicional - a partir dos chamados livros de artista.

Mas há inúmeras possibilidades que podem ser concebidas quando essa estrutura também é reavaliada na prática projetual do design, o que infelizmente são dificultadas uma vez que o designer comumente é limitado a atuar como executor de projetos para terceiros. O papel do profissional que trabalha com design é muitas vezes percebido e resumido como aquele que configura um artefato que não é “seu” e sim de seu cliente. Quando é necessário fazer um exercício criativo na produção de uma peça, não é a expressividade resultante que se destaca com sua materialidade e sim a intenção comercial, sua finalidade em última instância é vender e gerar lucro a quem solicitou o projeto (FORTY, 2007).

A estrutura mercantil afasta a autoridade e a autonomia do designer em relação ao seu próprio trabalho, a aplicação de seus conhecimentos, ainda correlacionados, tende agora a curvar-se mais à técnica do que à arte. Sob essa perspectiva, à indústria editorial é demandada uma tarefa - traduzir determinado

conteúdo verbal em visual, dar a ele uma identidade e um espaço de pertencer. Seja um capista ou um diagramador, sob a visão mercadológica, sua função está para o livro como reiterado está o designer para uma proposta de trabalho: atender um desígnio a fim de solucionar um problema mercadológico em escala industrial.

Inflar gradativamente esse sistema é, além de empobrecedor, uma forma de desconsiderar o design como descendente de uma abundante historiografia estreitamente relacionada à arte. É preciso achar frestas na barreira do mercado para que se consiga ultrapassar os limites que existem nessa relação da pessoa designer com aquilo que produz. Deve-se resgatar no design o autor e os elementos da sua essência criadora, deixá-lo visível e ativo tal como agente de transformação e informação da materialidade que ele é (AGUIAR, 2019). Deixar por exemplo que seus gostos e preferências se tornem aparentes, explorar esteticamente o que os inspira e sua poética individual. Permitir que seja não mais um mediador do desejo do outro, mas também, quando necessário, responsável totalmente ou em grande parte pela sua criação na prática projetual do design (AGUIAR, 2019).

Explorar o mercado editorial dos livros a partir deste pensamento abre caminhos onde o convencionalismo não cabe e as potências de criação atingem um novo patamar do possível. Um livro não é (ou não deveria ser) de seu escritor, meramente, uma vez que um escritor não escreve livros: “Um escritor escreve textos” (CARRIÓN, 2005 p. 7). O livro é um objeto que, convencionalmente, pode ser um espaço de abrigo para conter um texto, mas não é só e não basta ser só isso. No campo editorial, o designer encontra uma vastidão de possibilidades propositivas do suporte e da técnica, a projeção do livro nessa ocasião pode ser feita através da experimentação tanto gráfica quanto da materialidade. O estudo da linguagem precisa ser investigativo uma vez que todo fundamento em projeto editorial precisa ser questionado e, dominado pelo designer, quando necessário, capaz de ser subvertido, ultrapassado ou amplificado. Não deve se contentar com as formas possíveis já feitas para materializar um livro, mas sim se propor à uma provocação intrínseca de sempre examinar a linguagem a fim de encontrar múltiplas potenciais maneiras de aplicá-la.

Seja como for, esta nova forma de pensar e fazer livros fortalece a autonomia perdida do design como prática criadora e autoral. Adotado pelas artes, essa o estopim de reflexão e questionamento da vida em sociedade, o designer é instruído e autoguiado para investigar sua própria poética-projetual, e da sensibilidade artística gerada conseguir, de forma não mais tão sobrecarregada e orientada pelo sistema industrial, mediar melhor a interação humano e ambiente (AGUIAR, 2019), sendo ela entendida como um sistema de valorização do indivíduo e sua relação com o livro, e do livro em relação com a sociedade.

4. CONCLUSÕES

Possivelmente um mesmo livro está creditado no portfólio do autor do texto, da editora que o publicou, da gráfica que o produziu e do designer que o projetou. Mas, a quem pertence o livro?

No Brasil, os projetos sistemicamente comprometidos com o sucateamento da educação, que intencionalmente buscam impedir o conhecimento da população defasando seu desenvolvimento, contestam que os livros são de todos

e defendem que seu acesso deva ser direcionado exclusivamente a uma minoria. O designer, sabendo de sua responsabilidade social e agente participativo da vida de um artefato, deve não só experienciar os limites da linguagem dos livros, como abordado ao longo deste texto, mas também defendê-lo, comprometendo-se para que o mesmo não caia em desuso e desapareça. Ser aquele que promove além da inovação o também resguardo de um objeto tão importante e necessário.

Logo, por mais que não falte intenções políticas nacionais para assolar o livro do cotidiano da população brasileira, ele não acabou e nem pretende acabar. Entendendo seus compromissos com os artefatos que produz e disposto a ser instruído por um viés sistemático menos industrial, o designer compreende que, dividindo com outras áreas do conhecimento, o livro também o pertence, e quando reconhece o seu valor e a sua potência transformadora, se torna apto para potencializá-lo e protegê-lo, como um criador protege a sua obra.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Instituto Pró-Livro. **Retratos da Leitura no Brasil**. 5ª edição. 2019. Especiais. Acessado em 24 out. 2021. Online. Disponível em: prolivro.org.br/5a-edicao-de-retratos-da-leitura-no-brasil-2/apresentacao/

Folha de S. Paulo. **Receita Federal diz que pobres não lêem e defendem aumentar tributação**. 7 abr. 2021. Especiais. Acessado em 24 out 2021. Online. Disponível em: www1.folha.uol.com.br

Oxford University Press. **Oxford Language**. 2021. Especiais. Acessado em 10 nov 2021. Online. Disponível em: languages.oup.com/google-dictionary-pt/

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

MUNARI, Bruno. **Artista e Designer**. São Paulo: Almedina, 2015

CARRIÓN, Ulises. **A Nova Arte de Fazer Livros**. Minas Gerais: C/Arte. 2011

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo**. São Paulo: Cosac & Naify. 2007

TAYGOARA, Aguiar. Encruzilhada: Livros de Artista, Design e Poética em Salvador. **Miolo**, Salvador/BA, v.2, 2019.